

**MOTIF REMAJA SURABAYA MENONTON PROGRAM  
ACARA FTV "SINEMA WAJAH INDONESIA"**

**DI SCTV**

**( Studi Deskriptif Kuantitatif Motif Remaja Surabaya Dalam Menonton  
Program Acara FTV "Sinema Wajah Indonesia" di SCTV )**

**SKRIPSI**



Oleh :

**YUNGKIE AIRLANGGA**  
**NPM. 0443010234**

**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
SURABAYA  
2011**

**MOTIF REMAJA SURABAYA MENONTON PROGRAM ACARA  
FTV**

**“SINEMA WAJAH INDONESIA” DI SCTV**

**(Studi Deskriptif Kuantitatif Motif Remaja Surabaya Dalam Menonton  
Program Acara FTV “Sinema Wajah Indonesia” di SCTV)**

**Oleh :**

**YUNGKIE AIRLANGGA**  
**NPM. 0443010234**

**Telah dipertahankan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
Pada Tanggal 29 Juli 2011**

**Pembimbing Utama**

**Tim Penguji :**

**1. Ketua**

**Dra. Herlina Suksmawati, M.Si**  
**NIP. 196 41225 199309 2001**

**Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si**  
**NPT. 370069400351**

**2. Sekretaris**

**Dra. Diana Amalia, M.Si**  
**NIP. 196309071991032001**

**3. Anggota**

**Dra. Herlina Suksmawati, M.Si**  
**NIP. 196412251993092001**

**Mengetahui,  
D E K A N**

**Dra. Hj. Suparwati, M.Si**  
**NIP. 195507181983022001**

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT karena atas segala rahmat dan ridhonya, maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **“MOTIF REMAJA SURABAYA MENONTON PROGRAM Ftv “Sinema Wajah Indonesia” di SCTV** (Studi Deskriptif Motif Remaja Surabaya Dalam Menonton Program Ftv “Sinema Wajah Indonesia” di SCTV)”. Penulisan skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan yang penulis miliki, baik dalam penyajian material maupun dalam pengungkapan bahasanya.

Disadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari segala bimbingan, bantuan, dan dorongan dari Ibu Dra. Herlina Suksmawati, M.si yang telah banyak memberikan pengarahan dan dorongan yang sangat bermanfaat sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini, maka pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati ingin menyatakan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dra. Hj. Suparwati, MSi Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Juwito, S. Sos, MSi. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.

3. Ibu Dra. Herlina Suksmawati, M.si selaku Dosen pembimbing.
4. Orang tua tersayang dan keluarga tercinta yang selalu memberikan semangat dan doanya.
5. Istri tercinta yang selalu memberikan dukungan dan doanya.
6. Teman-teman angkatan 2004, terimakasih atas bantuannya
7. Soelastrie People (Sibro, Jhonny, Negro, Ndoweh, Kecenk, Krebo, Nyambek, Oon, Jojo, Spenk, Fariz, Ramadhani, Anton, Okky, Bayu dan lainnya)
8. Dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang secara langsung telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Surabaya, Mei 2011

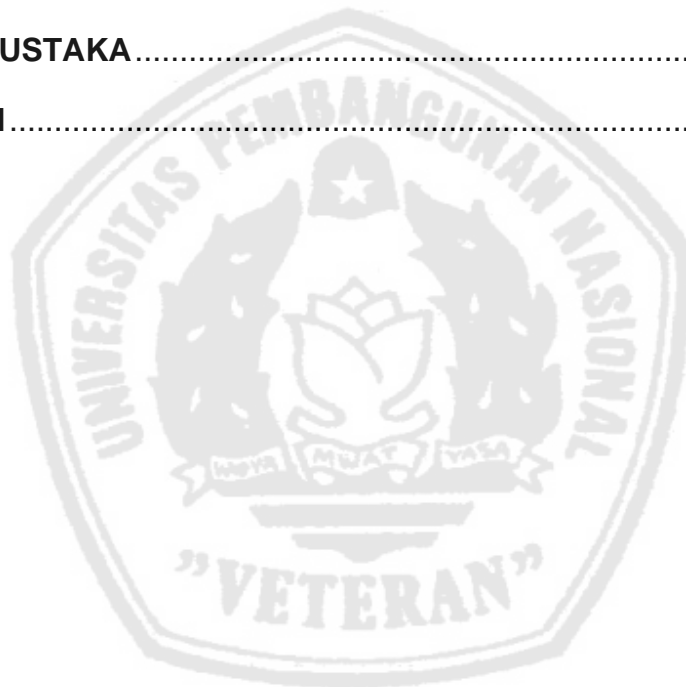
Yungkie Airlangga

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAKSI .....</b>	<b>xii</b>
 <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	 <b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	14
1.3. Tujuan Penelitian .....	15
1.4. Kegunaan Penelitian .....	15
1.4.1. Kegunaan Teoritis .....	15
1.4.2. Kegunaan Praktis .....	15
 <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	 <b>16</b>
2.1. Landasan Teori .....	16
2.1.1. Komunikasi Massa .....	16
2.1.2. Televisi sebagai Media Komunikasi Massa .....	19

2.1.3. Teori Uses and Gratifications .....	21
2.1.4. Definisi dan Deskripsi Motif .....	24
2.1.5. Remaja Sebagai Khalayak .....	26
2.1.6. Sinema Wajah Indonesia .....	29
2.2. Kerangka Pikir .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1. Definisi Operasional .....	34
a. Motif.....	35
b. Remaja sebagai khalayak.....	36
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	37
3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel .....	42
3.2.1. Populasi .....	42
3.2.2. Sampel dan Teknik Penarikan Sampel .....	43
3.3. Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.4. Teknik Analisis Data .....	47
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian dan Penyajian Data .....	49
4.1.1. Gambaran Umum SCTV .....	49
4.1.2. Gambaran Umum Remaja Surabaya .....	52
4.1.3. Ftv Sinema Wajah Indonesia .....	54
4.2. Penyajian Data dan Analisis Data .....	55
4.2.1. Identitas Responden .....	55
4.2.2. Motif Responden Menonton Ftv Sinema Wajah Indonesia.....	61

4.2.2.1. Motif Kognitif.....	61
4.2.2.2. Motif Identitas Personal.....	69
4.2.2.3. Motif Diversi (hiburan) .....	75
4.3. Motif Secara Keseluruhan .....	82
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>85</b>
5.1 Kesimpulan .....	85
5.2. Saran.....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>88</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>90</b>



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	55
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	56
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	57
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menonton .....	59
Tabel 4.5. Karakter Responden berdasarkan Frekuensi Menonton	60
Tabel 4.6. Motif Kognitif Responden Ingin Tahu Tentang Perkembangan Film televisi di Indonesia .....	62
Tabel 4.7. Motif Kognitif Responden Ingin Tahu Tentang Cerita-cerita diBerbagai Daerah di Indonesia .....	63
Tabel 4.8.. Motif Kognitif Responden Ingin Tahu Tentang Tempat-tempat Indah dan Alami .....	64
Tabel 4.9. Motif Kognitif Responden Ingin Tahu Tentang Kebudayaan diBerbagai daerah di Indonesia .....	65
Tabel 4.10. Motif Kognitif Responden Ingin Mendapatkan Gambaran Yang Positif Dan Negatif .....	66
Tabel 4.11. Motif Kognitif Responden Ingin Memuaskan Rasa Ingin Tahu .....	67
Tabel 4.12. Motif Kognitif Remaja Surabaya Dalam menonton Ftv Sinema Wajah Indonesia di SCTV .....	68
Tabel 4.13. Motif Identitas Personal Menemukan Penunjang Intropeksi Diri .....	70
Tabel 4.14. Motif Identitas Personal Menemukan Figur Untuk dicentoh .....	71
Tabel 4.15. Motif Identitas Personal Mengidentifikasi Diri dengan Nilai-Nilai Yang Ada .....	72



Tabel 4.16.	Motif Identitas Personal Ingin Mengetahui Tentang Karakter Tokoh Yang Ada di Sinema Wajah Indonesia	73
Tabel 4.17.	Motif Identitas Personal Remaja Surabaya Dalam Menonton Ftv Sinema Wajah Indonesia di SCTV	74
Tabel 4.18.	Motif Diversi Ingin Mencari Hiburan	76
Tabel 4.19.	Motif Diversi Bosan Dengan Tayangan Yang Ada	77
Tabel 4.20.	Motif Diversi Mengisi Waktu Luang	78
Tabel 4.21.	Motif Diversi Melepaska Kejenuhan	79
Tabel 4.22.	Motif Diversi Ingin Menyalurkan Hobi Menonton Ftv	80
Tabel 4.23.	Motif Diversi Remaja Surabaya Menonton Ftv Sinema Wajah Indonesia di SCTV	81
Tabel 4.24.	Motif Secara Keseluruhan	82

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. : <i>Bagan Kerangka Berpikir</i> .....	33
--	----



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	90
Lampiran 2 Rekapitulasi Motif Kognitif.....	95
Lampiran 3 Rekapitulasi Motif Identitas Personal .....	98
Lampiran 4 Rekapitulasi Motif Diversi.....	101
Lampiran 5 Rekapitulasi Identitas Responden.....	104
Lampiran 6 Surat Keterangan Bakesbang Surabaya.....	107



## ABSTRAKSI

**YUNGKIE AIRLANGGA, 0443010234, Motif Remaja Surabaya Menonton Program Acara Film televisi “SINEMA WAJAH INDONESIA” di SCTV (Studi deskriptif kuantitatif tentang Motif Remaja Surabaya Dalam Menonton Program Acara Film televisi “Sinema Wajah Indonesia” di SCTV)**

Seiring dengan semakin kompleksnya kebutuhan manusia, individu mulai aktif dalam menentukan media yang dapat menjadi sarana untuk dapat memenuhi kebutuhan mereka. Program acara film televisi “Sinema Wajah Indonesia” di SCTV menyajikan film dalam format televisi. Selain itu acara tersebut juga memberikan informasi mengenai kebudayaan lokal diberbagai daerah di Indonesia, dengan mengangkat cerita-cerita lokal beserta keindahan alamnya, Acaranya pun dikemas dengan beragam tema yang berbeda dalam setiap episode. Karena Ftv ini mengusung konsep parade film.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *teori uses & gratifications* karena pada dasarnya setiap manusia memiliki kebutuhan dasar dan khalayak secara aktif memilih media massa untuk memenuhi kebutuhannya sehingga mendapat kepuasan dari penggunaan media massa tersebut. Kebutuhan tersebut adalah kebutuhan informasi, identitas pribadi dan kebutuhan untuk melepaskan diri dari ketegangan (hiburan).

Penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Multistage Cluter Random Sampling*, yaitu pengambilan sampel ini dilakukan melalui tahap-tahap tertentu dengan sample gugus bertahap, dengan catatan gugus yang diambil sebagai sampel secara acak. Jadi setiap remaja yang ditemui secara acak menurut tempat penelitiannya mempunyai peluang yang sama untuk dijadikan sampel atau responden dalam penelitian. Penyebaran kuisioner dilakukan dengan berkunjung ke Surabaya barat dan Surabaya Selatan.

Hasil dari pengolahan data yang didapatkan melalui kuisioner yang disebarkan maka dapat disimpulkan bahwa dalam menonton program acara “Sinema Wajah Indonesia” di SCTV sebagian besar remaja yang didorong oleh motif informasi, identitas personal dan hiburan terdapat pada kategori sedang. remaja didasari oleh keinginan yang bervariasi, disisi lain mereka membutuhkan informasi tapi juga ingin mencari sosok yang dapat dijadikan panutan atau bahkan untuk menghibur diri terkait dengan motif mereka dalam menonton acara tersebut.

**Keyword : Motif, Remaja, acara film televisi “Sinema Wajah Indonesia” di SCTV**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Globalisasi media massa berasal pada kemajuan teknologi komunikasi dan informasi semenjak dasawarsa 1970-an. Tren perubahan dan perkembangan teknologi ini memungkinkan media massa menyebar dengan cepat ke seluruh dunia menjadi sangat transparan terhadap berbagai macam perkembangan teknologi, informasi dan transportasi. Hal ini memungkinkan suatu negara mempengaruhi perkembangan masyarakat di negara lain sehingga terciptalah dunia global yang berkembang tanpa batas budaya. Fenomena ini dikenal dengan *Global Village* ( Naisbitt Aburdene, 1991 : 56 ).

Komunikasi yang digunakan peneliti sesuai dengan sasaran komunikasi yaitu ditujukan / diarahkan kedalam ” komunikasi massa ”. Komunikasi massa yaitu komunikasi yang ditujukan kepada massa atau komunikasi yang menggunakan media massa. Komunikasi massa sangat efektif karena dapat menjangkau daerah yang luas dan audience yang praktis tak terbatas. Sumber komunikasi massa pada umumnya adalah organisasi besar yang memikul biaya besar untuk membuat atau menyampaikan pesan. Pesan-pesan komunikasi massa bersifat terbuka ( setiap orang dapat menerimanya ). Komunikasi massa berlangsung dalam suatu konteks sosial dan konteks sosial mempengaruhi media. Dengan kata lain, terjadi hubungan transaksional antara media dan masyarakat ( Devito, 1997 : 507 ). Salah satu

media yang dipilih oleh peneliti adalah media massa. Media massa adalah media yang digunakan untuk komunikasi massal, karena sifatnya yang massal (Widjaja, 2000 : 35 ).

Seiring dengan perkembangannya ilmu pengetahuan dan teknologi, dalam memperoleh informasi tidak hanya komunikasi secara langsung (tatap muka), tetapi juga dapat melalui media massa untuk membantu komunikator berhubungan dengan khalayaknya. Media massa dapat menjadi jembatan untuk menghubungkan komunikator dengan komunikan yang melintasi jarak, waktu, bahkan pelapisan sosial dalam suatu masyarakat. Media massa mempunyai pengaruh besar dalam pembentukan respon dan kepercayaan masyarakat. Dalam penyampaian informasi sebagai tugas pokok media massa membawa pula pesan – pesan yang berisi sugesti yang dapat mengarahkan respon seseorang. Adanya informasi baru mengenai sesuatu hal yang dapat memberikan landasan kognitif baru bagi terbentuknya sikap terhadap hal tersebut.

Kehadiran media massa merupakan gejala awal yang menandai kehidupan masyarakat modern sekarang ini. Hal ini dapat dilihat melalui meningkatnya tingkat konsumsi masyarakat terhadap berbagai bentuk media massa dan bermunculan media baru yang menawarkan banyak pilihan pada khalayaknya, yang pada akhirnya akan menimbulkan ketergantungan masyarakat pada media elektronik tersebut. Media massa itu sendiri dibedakan menjadi dua yaitu : 1) Media elektronik, yang terdiri dari audio

(radio) dan audio visual ( televisi ) ; 2) Media cetak, yang terdiri dari koran (surat kabar ), majalah, dan tabloid ( Sari, 1993 : 25 ).

Pada abad 21 ini perkembangan teknologi komunikasi dan informasi membuat media massa menjadi sangat penting dalam kehidupan masyarakat modern. Dalam media elektronik yang semakin canggih ini, terutama perkembangan dunia audio visual (televisi), televisi adalah sebuah media telekomunikasi terkenal sebagai penerima siaran gambar bergerak beserta suara, baik itu yang monokrom (hitam-putih) maupun warna, televisi juga dapat diartikan sebagai kotak televisi, acara televisi ataupun transmisi televis. Kata “televisi” merupakan gabungan dari kata tele (jauh) dari bahasa yunani dan visio (penglihatan) dari bahasa latin sehingga televisi dapat diartikan sebagai telekomunikasi yang dapat dilihat dari jarak jauh, penemuan televisi disejajarkan dengan penemuan roda, karena penemuan ini mampu mengubah peradaban dunia. Di Indonesia televisi secara tidak formal disebut dengan tv, tivi, teve atau tipi. Stasiun televisi, free-to-air di Indonesia yang salurannya dapat ditangkap melalui antena UHF/VHF (terrestrial). Sejak berlakunya UU nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran, izin penyelenggaraan stasiun televisi melalui antena UHF/VHF (terrestrial) yang dikeluarkan hanyalah untuk stasiun televisi lokal, stasiun televisi yang ingin melakukan siaran nasional harus melakukan siaran berjaring antar beberapa stasiun televisi lokal, beberapa stasiun televisi yang ada di Indonesia : ANTV, GLOBAL TV, INDOSIAR, METRO TV, MNC TV, RCTI, SCTV, TRANS TV, TRANS 7, TV ONE, TVRI. (<http://www.id.wikipedia.org/wiki/televisi>)

Maka dari itu media televisi sudah menjadi kebutuhan masyarakat untuk mengetahui perubahan serta peristiwa yang terjadi di belahan dunia lain mulai dari film, berita, hingga kemajuan teknologi yang tengah berlangsung. Dibandingkan dengan media massa yang lain televisilah yang paling efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Hal ini dikarenakan selain mengeluarkan suara, televisi juga menampilkan gambar, sehingga informasi yang disampaikan akan lebih mudah dimengerti. Pengaruh televisi terhadap sistem komunikasi tidak lepas dari pengaruh terhadap aspek – aspek kehidupan pada umumnya. Televisi disini menimbulkan pengaruh terhadap kehidupan masyarakat yang sudah terlanjur mengetahui dan merasakannya, baik pengaruh yang positif ataupun pengaruh yang negatif. (Effendy, 1996:122)

Selain itu televisi juga memiliki kelebihan dan kekuatan tersendiri. Kelebihan dari media televisi adalah paket acaranya yang mampu membuka wawasan berpikir pemirsa untuk menerima dan mengetahui kejadian yang berada di lingkungan masyarakat (Kuswandi, 1996 : 94). Sedangkan kekuatan dari media televisi adalah menguasai jarak dan ruang, dapat menjangkau massa dalam jumlah besar, nilai aktualitas yang cepat, daya rangsang pemirsanya yang cukup tinggi, serta menyampaikan informasi dengan lebih singkat, jelas, dan sistematis. Mengingat kemampuan televisi dalam menguasai jarak secara geografis dan sosiografis. (Kuswandi, 1996) maka televisi dapat memberikan pengaruh yang lebih besar pada khalayak dibanding dengan radio dan surat kabar.



Seiring dengan berkembangnya teknologi saat ini media menempatkan diri sebagai sarana yang dapat memenuhi kebutuhan khalayak, tak terkecuali media televisi. Hal ini tidak lepasnya dari semakin kompleksnya kebutuhan manusia yang menginginkan pemenuhan secara instan. Kondisi tersebut dimanfaatkan banyak industri televisi di negeri ini untuk saling bersaing menyuguhkan tayangan yang dapat memenuhi hasrat khalayak sebagai pemirsa televisi.

Semakin bertambahnya jumlah stasiun televisi swasta yang mengudara saat ini merupakan bukti dari ketergantungan khalayak akan keberadaan media. Misalnya stasiun televisi swasta SCTV yang berusaha untuk dapat memenuhi kebutuhan khalayak dengan program acara yang bervariasi dan beda. Dari beberapa program acara yang ditawarkan oleh SCTV pada dasarnya tidak jauh berbeda dengan stasiun televisi swasta lainnya. Misalnya program *siaran berita*, *reality show*, *infotainment*, *kuis*, *sinetron*, *acara musik* dan *program siraman rohani bagi umat beragama*, dan juga *film televisi/sinema*.

Film merupakan aktualisasi perkembangan kehidupan masyarakat pada masanya. Dari jaman ke jaman, film mengalami perkembangan, baik dari teknologi yang digunakan maupun tema yang diangkat. Bagaimanapun film telah merekam sejumlah unsur-unsur budaya yang melatarbelakanginya. Beberapa jenis film diantaranya adalah film bioskop yaitu sebuah produksi media yang ditayangkan secara khusus untuk dipertunjukkan dikedunggedung pertunjukan atau gedung bioskop ( *cinema* ). Film jenis ini berbeda

dengan film televisi ( *television film* ) atau sinteron ( sinema elektronik ) yang dibuat khusus untuk siaran televisi. Film bioskop dibuat secara mekanik sedangkan film televisi dibuat secara elektronik ( Effendy, 2005 : 201 ).

Film televisi mulai banyak diproduksi di Indonesia pada awal tahun 1995 yang dipelopori oleh SCTV. Hal ini dilakukan untuk menjawab kejenuhan masyarakat atas sinetron sejak saat itu banyak film televisi yang bermunculan. Hampir semua stasiun televisi memiliki plot waktu setiap minggunya untuk penayangan film televisi, contohnya SCTV terdapat plot acara gala sinema, di Trans tv ada plot bioskop Trans tv dalam negeri dan masih banyak lagi plot-plot acara lain yang sejenis di stasiun televisi di Indonesia. Di Indonesia sendiri film televisi sangat digemari terutama film televisi dengan tema percintaan remaja dan film televisi dengan tema religius. Perbedaan film televisi dengan film layar lebar:

1. Film televisi diproduksi oleh stasiun televisi atau rumah produksi untuk disiarkan melalui televisi sedangkan film layar lebar dibuat untuk ditayangkan di bioskop.
2. Proses pembuatan film televisi lebih singkat daripada film layar lebar.
3. Biaya pembuatan film televisi lebih murah daripada film layar lebar.
4. Cara menonton film televisi berbeda dengan film layar lebar karena saat menonton film layar lebar tidak ada iklan seperti halnya saat menonton film televisi.

Dilihat dari Produksi dan kualitas film televisi lebih murah dan lebih mudah dibandingkan dengan produksi film layar lebar kebanyakan, film

televisi dengan biaya rendah dan berorientasi pada profit sehingga kadang-kadang penggarapan dari segi teknisnya kurang diperhatikan namun mengandalkan alur cerita yang menarik. Film televisi biasanya tidak menggunakan terlalu banyak efek film yang biasa dimasukkan. Alternatif lain dalam proses pembuatan film ini adalah video yang merupakan media baru dalam pembuatan film ([http://www.id.wikipedia.org/wiki/film\\_televisi](http://www.id.wikipedia.org/wiki/film_televisi)).

Contoh film televisi di Indonesia, bekisar merah adalah film televisi yang diproduksi di Indonesia yang mendapatkan banyak penghargaan karena ceritanya yang sederhana dan menyentuh, penghargaan yang didapatkan oleh film televisi (SCTV) ini tidak hanya berasal dari dalam negeri namun juga dari luar negeri, di Indonesia telah diproduksi banyak film televisi yang diproduksi dalam kurun waktu tahun 1995 sampai sekarang. Kebanyakan tema yang diangkat adalah percintaan. Berikut ini judul film televisi yang pernah diproduksi di Indonesia : (Frame Ritz) : Roti cinta, Janji rahasia, Pacarku 17 tahun, Satria bontot, Kemal, 3 cewek tomboy mencari cinta, Nama gw kiliwon, Sitomboy jatuh cinta, Satu cinta seribu masalah, Soulmate gw tukang sepatu, Botol shampo impian, surat dalam bakul, Kurma, Janji rahasia, My monkey love, cinta bukan untuk cinta, ajari aku cinta. (Trans tv) : Deary diary, hikayah menuju surga, Bihun desong, Jangan pernah sakit hati. (Indosiar) : Gw pasti bisa, antara kau dan dia, Geng cantik. (Kep media) : mayat yang ditanam, Loper kkoran jadi da'i gaul, dajjal-hartawarisan, Rahasia illahi selalu tenung,Putri durhaka mati tersengat listrik. ([http://www.id.wikipedia.org/wiki/film\\_televisi](http://www.id.wikipedia.org/wiki/film_televisi)).

Jadi dilihat dari data diatas dalam perkembangan, film televisi di Indonesia dimonopoli oleh film televisi yang mengangkat tema seputar percintaan remaja. Hal ini disebabkan karena pangsa pasar di Indonesia sebagian besar adalah remaja. Oleh karena itu industri pertelevisian di Indonesia memiliki tendensi memproduksi film-film televisi yang bersifat komersial. Sehingga banyak film televisi yang mengesampingkan estetika dan pesan moral yang hendak disampaikan. Film televisi di Indonesia tidak terlepas dari perkembangan remaja di Indonesia itu sendiri. Apabila ditinjau lebih lanjut masa remaja merupakan masa kehidupan paling menarik dan mengesankan. Masa remaja mempunyai ciri antara lain, energik, suka akan tantangan, petualangan dan suka akan hal-hal yang baru. Film televisi tersebut dibuat dan diberi judul sesuai dengan tujuannya ingin memberikan sesuatu yang berbeda dari film-film televisi yang selama ini ditayangkan di stasiun-stasiun televisi swasta. adapun film televisi yang sedang menarik untuk ditonton dan mengisahkan tentang nilai-nilai budaya, kehidupan lokal berbagai daerah di Indonesia. Judul dari film televisi tersebut adalah “Sinema Wajah Indonesia” di SCTV. Sesuai dengan judulnya, film televisi tersebut mengusung konsep parade film televisi yang berusaha mengangkat dan menampilkan keindahan alam pesona yang ada diberbagai daerah di Indonesia beserta dengan kebudayaan lokal yang ada di berbagai daerah di Indonesia sehingga sangat menarik dan banyak tantangan. Hal ini dapat menarik emosi penonton untuk terus mengikuti. Fenomena yang menarik adalah bahwa

film televisi ini bertemakan harmoni cinta Indonesia yang membahas persoalan-persoalan masyarakat lokal diberbagai daerah di Indonesia.

([http://tv.liputan6.com/main/read/sinema\\_wajah\\_indonesia](http://tv.liputan6.com/main/read/sinema_wajah_indonesia))

Setelah berhasil menyabet penghargaan dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dalam pergelaran Sinema 20 Wajah Indonesia tahun lalu, SCTV makin memantapkan diri dalam jalur film televisi. Kini, program yang menjadi unggulan tersebut kian digarap serius dengan mengusung konsep parade film televisi, bertajuk Sinema Wajah Indonesia.

(<http://www.tempointeraktif.com/hg/film/2011/04/24/brk.id.html>).

Dengan pendekatan-pendekatan produksi film layar lebar untuk mengangkat nilai-nilai budaya dan sosial sekaligus kearifan lokal berbagai daerah di Indonesia, “Sinema Wajah Indonesia” ini adalah keberanian SCTV sebagai stasiun televisi komersial dan ingin menjadi trendsetter dalam pembuatan film televisi, tapi tetap memperhatikan kualitas dengan menyuguhkan kualitas dari semua aspek, entah dari konten yang inspiratif ataupun pengerjaannya dikerjakan oleh orang-orang yang handal dibidangnya, salah satu yang diperhatikan dalam memproduksi Sinema Wajah Indonesia adalah kualitas cerita yang sangat Indonesia.”Quality memang tidak perlu diragukan dengan tayangan ini kami ingin mendobrak gaya tayangan televisi selama ini dengan warna konten tayangan yang lebih meng-Indonesia” kata Harsiwi achmad.

([http://www.boleh.com/news/read/movies/sinema\\_wajah\\_indonesia](http://www.boleh.com/news/read/movies/sinema_wajah_indonesia)).

Parade film-film televisi “Sinema Wajah Indonesia” yang mengambil latar belakang budaya Indonesia akan ditayangkan secara rutin oleh SCTV, program ini akan tayang mulai 23 April 2011 setiap Sabtu malam pukul 22.30 WIB, dua minggu sekali setiap bulan. Film yang dirangkai dalam program Sinema Wajah Indonesia ini disambut positif oleh Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata (Kemenbudpar).

Sebuah upaya yang sangat baik yang dimulai oleh SCTV, film semacam ini akan membentuk karakter bangsa sehingga relevan dengan visi dari Hari Film Nasional yang diperingati pada tanggal 30 Maret. Program ini luar biasa, karena bisa mengangkat Wajah Indonesia, kami sangat mendukung, ujar Direktur Perfilman Kemenbudpar, Syamsul Izza. Sinema Wajah Indonesia merupakan program lanjutan Sinema 20 Wajah Indonesia yang telah sukses digelar tahun lalu dan mendapatkan penghargaan dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Syamsul Izza berharap, inisiatif SCTV menayangkan program semacam ini bisa dicontoh oleh televisi lain, semoga ini bisa menjadi contoh. Kalau film yang ditayangkan di bioskop, hanya bisa menjangkau sekitar 11% masyarakat Indonesia karena gedung bioskop kita terbatas. Sedangkan jika film yang mendidik semacam ini disiarkan di televisi, daya jangkauannya bisa lebih luas sehingga setiap orang bisa menonton.

Direktur Program dan Produksi SCTV, Harsiwi Achmad mengatakan, program ini merupakan upaya untuk memberikan gaya baru bagi tayangan di televisi. Banyak masyarakat yang bertanya, kapan televisi

kita bisa memberikan tayangan yang mendidik dan berkualitas, Sinema Wajah Indonesia adalah jawabannya, ujar Harsiwi. Disini SCTV mengandeng sejumlah nama yang telah ahli untuk menggarap program ini, seperti Deddy mizwar, Arswendo atmowiloto, dan Putu wijaya. Dari segi penggarapannya, proses syuting dilakukan dengan video HD yang biasa digunakan untuk memproduksi film layar lebar agar gambar yang dihasilkan berkualitas. Deddy mizwar mengatakan, banyak sekali kebudayaan diIndonesia yang menarik untuk dijadikan cerita film. dirinya berharap, masyarakat bisa memberikan masukan untuk ide cerita tersebut, banyak sekali yang bisa diangkat tapi karena keterbatasan penulis skenario jadi tidak semua kebudayaan diIndonesia bisa difilmkan. Paling tidak Sinema Wajah Indonesia ini bisa mewakili berbagai kebudayaan tersebut ujar Deddy mizwar.

(<http://www.antaratv.com/berita/kemenbudpar-dukung-program-sinema-wajah-indonesia-sctv>).

Kekurangan kebutuhan masyarakat terhadap hiburan macam ini adalah sebuah petualangan batin masyarakat untuk menjawab rasa ingin tahu mereka terhadap kebudayaan diberbagai daerah di Indonesia. Dengan kata lain, ini adalah sebuah tantangan lain menjadi pendorong utama masyarakat menyukai tayangan-tayangan yang lebih meng-Indonesia.

Dalam hubungannya dengan penggunaan media massa termasuk dalam televisi, tentu saja tidak lepas dari adanya kebutuhan serta dorongan yang timbul dan berkembang dalam diri individu sehingga seseorang

menggunakan televisi sebagai sumber informasinya. Dorongan inilah yang sering disebut motif, tujuannya adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup dan mempertahankan eksistensinya (Effendi, 1993 : 45).

Secara umum beberapa kebutuhan yang dapat dipenuhi oleh media massa adalah kebutuhan akan informasi (kognitif), kebutuhan akan hiburan, (diversi), kebutuhan untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak sendiri (identitas personal) (Rakhmat, 2001 : 66). Jadi kebutuhan untuk menonton film televisi “Sinema Wajah Indonesia” sebagai jawaban adanya kebutuhan untuk mengetahui bagaimana tayangan film televisi Sinema Wajah Indonesia bisa memberikan informasi, wawasan dan pengetahuan bagi remaja.

Kebutuhan pada setiap individu tidaklah sama. Kebutuhan yang tidak sama ini sesuai dengan keingintahuan individu tersebut yang tumbuh sejalan dengan tingkat perkembangannya. Dari kekurangan kebutuhan itu, maka timbullah motif untuk menonton film televisi “Sinema Wajah Indonesia” di SCTV. Motif kognitif adalah keinginan remaja yang menonton Sinema Wajah Indonesia untuk menambah pengetahuan baru. Motif diversi yaitu keinginan untuk mendapatkan hiburan. Dan yang terakhir motif identitas personal yaitu menonton Sinema Wajah Indonesia untuk memperkuat situasi khalayak sendiri.

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah motif apakah yang mendorong remaja untuk menonton film televisi “Sinema



Wajah Indonesia” di SCTV. Apakah itu motif remaja untuk menambah pengetahuan baru, motif remaja untuk mencari hiburan dan keinginan remaja untuk mendapatkan identitas personal dengan situasi khalayak sendiri. Namun yang menjadi pokok permasalahan adalah pesan yang disampaikan dalam Sinema Wajah Indonesia akankah ada kemungkinan untuk terpenuhi dengan baik sesuai dengan kebutuhannya.

Teori yang digunakan untuk meneliti motif remaja dalam menonton film televisi”Sinema Wajah Indonesia”di SCTV adalah teori *uses and gratification* yang menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Jadi menitik beratkan pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus ( Effendy, 1999 : 289 ) model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri seseorang, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan seseorang terhadap media. Anggota khalayak dianggap aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya.

Dipilihnya remaja karena masa remaja juga mempunyai ciri antara lain energik, suka akan petualangan dan suka akan hal-hal baru, dalam Sinema Wajah Indonesia remaja akan menemukan hal tersebut, peneliti memilih remaja karena pada masa remaja adalah masa transisi yang tepat untuk memikirkan kejadian-kejadian pada masa kini dan masa yang akan datang, apalagi jam tayang Sinema Wajah Indonesia yaitu pukul 22.30

WIB. Jadi kemungkinan besar yang melihat adalah remaja. Seperti yang dikatakan Monks et. Al. (2002 : 260) dalam bukunya Psikologi Perkembangan, bahwa remaja dibagi menjadi tiga fase yaitu masa remaja awal (12-15 tahun), masa remaja pertengahan (16-18 tahun) dan masa remaja akhir (19-21 tahun). Istilah remaja masih digunakan bagi mereka bahkan sampai usia 21 tahun, menunjukkan bahwa mereka masih pada tahap peralihan dari dunia remaja ke dunia dewasa.

Sedangkan lokasi yang dipilih dalam penelitian ini yaitu Surabaya sebab dapat dilihat dari beberapa tempat yang menyelenggarakan kesenian, tari-tarian, dll selalu sepi oleh remaja dan karena juga ada keterkaitan historis, Surabaya merupakan tempat awal berdirinya stasiun SCTV bermula dari Jl. Darmo Permai, Surabaya, Agustus 1990. Siaran SCTV terbatas pada wilayah gerbang Kertasusila. Dan juga SCTV merupakan pelopor Film Televisi di Indonesia.

Berdasarkan uraian diatas pada dasarnya peneliti ingin melakukan penelitian dengan menitik beratkan pada motif yang mendasari individu (remaja) menonton film televisi “Sinema wajah Indonesia” di SCTV. Dari sini peneliti berusaha untuk mengetahui apa motif remaja Surabaya dalam menonton film televisi “Sinema Wajah Indonesia” di SCTV.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

Bagaimanakah motif remaja Surabaya menonton program film televisi “Sinema Wajah Indonesia” di SCTV ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif remaja Surabaya menonton program film televisi “Sinema Wajah Indonesia” di SCTV.

### **1.4. Kegunaan Penelitian**

#### **1. Kegunaan Teoritis.**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perkembangan ilmu komunikasi tentang penelitian terhadap motif pemirsa terhadap tayangan *film televisi* sebagai referensi yang berguna untuk penelitian selanjutnya.

#### **2. Kegunaan Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan masukan bagi media televisi yang berkaitan dengan motif pemirsa dalam menonton sebuah program acara, khususnya program acara *film televisi* “Sinema Wajah Indonesia” yang ditayangkan di SCTV.